

BAB V PENUTUP

5.1 KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan pada Bab sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa pemanfaatan media sosial Instagram oleh PT. Lentera Agropedia Nusantara (PT. LAN) sebagai platform promosi dan edukasi pertanian telah dijalankan secara strategis dan selaras dengan karakteristik komunikasi digital generasi muda. Instagram tidak hanya digunakan sebagai media penyebaran informasi, tetapi berfungsi sebagai ruang interaksi yang membangun relasi, dialog, dan keterlibatan audiens secara berkelanjutan. Melalui konten visual edukatif, narasi storytelling, serta pemanfaatan fitur interaktif seperti *Reels*, *Stories*, dan Instagram *Live*, PT. LAN mampu menyampaikan pesan pertanian modern secara lebih menarik, kontekstual, dan mudah diterima oleh audiens muda. Temuan ini menunjukkan bahwa strategi promosi yang mengedepankan visualisasi praktik pertanian, kisah petani milenial, dan aktivitas pelatihan berkontribusi dalam membentuk persepsi positif terhadap sektor pertanian sebagai bidang yang inovatif, relevan, dan memiliki prospek masa depan.

Secara lebih mendalam, hasil penelitian memperlihatkan bahwa penerapan *The Circular Model of Social Media Engagement* tercermin secara konsisten dalam praktik komunikasi digital PT. LAN. Pada tahap *Share*, PT. LAN berhasil membangun kesadaran dan kepercayaan audiens melalui konten yang informatif dan inspiratif. Tahap *Optimize* terlihat dari kemampuan lembaga dalam menyesuaikan konten berdasarkan respons dan preferensi audiens, sehingga

komunikasi yang terbangun bersifat autentik dan dialogis. Selanjutnya, tahap *Manage* ditunjukkan melalui pengelolaan interaksi yang responsif, cepat, dan berorientasi pada pelayanan informasi, yang memperkuat citra profesional lembaga. Pada tahap *Engage*, keterlibatan audiens tidak berhenti pada interaksi digital semata, tetapi berkembang menjadi partisipasi nyata, seperti ketertarikan mengikuti pelatihan, diskusi, maupun keterlibatan dalam aktivitas pertanian. Pola siklikal ini menegaskan bahwa promosi melalui Instagram bukan proses satu arah, melainkan rangkaian komunikasi berkelanjutan yang saling memengaruhi.

Dengan demikian, penelitian ini menjawab rumusan masalah bahwa pemanfaatan Instagram oleh PT. Lentera Agropedia Nusantara sebagai platform promosi dan edukasi pertanian terbukti efektif dalam membangun engagement serta meningkatkan ketertarikan generasi muda terhadap sektor pertanian milenial. Secara teoritis, temuan penelitian ini memperkuat relevansi teori keterlibatan media sosial dalam konteks komunikasi digital agrikultur, sekaligus menunjukkan bahwa media sosial mampu berperan sebagai agen transformasi citra sektor pertanian. Secara praktis, hasil penelitian menegaskan bahwa strategi komunikasi digital yang terencana, partisipatif, dan berbasis visual memiliki implikasi penting dalam mendukung regenerasi petani dan keberlanjutan sektor pertanian di era digital.

5.2 SARAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, terdapat beberapa saran praktis yang dapat diterapkan oleh PT. Lentera Agropedia Nusantara (PT. LAN) dalam mengembangkan strategi komunikasi digital ke depan. Pertama, PT. LAN disarankan untuk mempertahankan konsistensi dalam pembuatan konten edukatif yang autentik dan relevan dengan kebutuhan audiens muda. Keaslian pesan perlu terus dijaga agar tidak bergeser menjadi sekadar promosi komersial, karena kekuatan utama PT. LAN terletak pada narasi sosial dan edukatifnya. Kedua, lembaga ini sebaiknya meningkatkan frekuensi interaksi dua arah melalui program digital seperti *live discussion*, webinar pertanian, dan pelatihan daring yang dapat diakses lebih luas. Program semacam ini tidak hanya memperluas jangkauan audiens, tetapi juga memperkuat posisi PT. LAN sebagai *knowledge hub* dalam bidang pertanian milenial. Selain itu, pengelola media sosial disarankan untuk memanfaatkan teknologi analitik secara lebih mendalam guna memahami tren digital terkini dan menyesuaikan strategi konten dengan dinamika minat audiens.

Saran berikutnya ditujukan kepada komunitas pertanian dan organisasi nonpemerintah (NGO) yang memiliki tujuan serupa dengan PT. LAN. Berdasarkan hasil penelitian, terlihat bahwa kolaborasi lintas komunitas menjadi faktor penting dalam memperluas pengaruh sosial dan meningkatkan keterlibatan publik. Oleh karena itu, lembaga atau komunitas lain disarankan untuk mengadopsi pendekatan kolaboratif dengan membangun jaringan komunikasi digital bersama yang mengedepankan nilai partisipasi dan solidaritas. Melalui kerja sama seperti *joint content creation* atau *co-branding campaign*, setiap pihak dapat saling memperkuat

citra positif pertanian di mata generasi muda. Selain itu, komunitas juga perlu memperhatikan aspek literasi digital agar mampu mengelola informasi secara etis dan efektif. Dengan memperkuat kolaborasi antaraktor sosial, gerakan pertanian milenial dapat tumbuh lebih luas dan berkelanjutan, sekaligus memperkuat posisi sektor pertanian sebagai bidang yang progresif dan berdaya saing di era digital.

Selanjutnya, saran ini juga ditujukan kepada pemerintah dan lembaga pendidikan yang berperan dalam pengembangan sumber daya manusia di sektor pertanian. Pemerintah diharapkan dapat memberikan dukungan kebijakan yang berpihak pada promosi pertanian milenial berbasis digital, misalnya melalui penyediaan pelatihan media sosial, fasilitas produksi konten kreatif, serta pendanaan untuk proyek inovatif di bidang agrikultur digital. Dukungan semacam ini akan mempercepat proses regenerasi petani dan memperkuat daya tarik sektor pertanian bagi generasi muda. Lembaga pendidikan, khususnya perguruan tinggi pertanian, juga disarankan untuk memasukkan materi tentang komunikasi digital, pemasaran sosial, dan literasi media dalam kurikulum mereka. Hal ini akan membantu mahasiswa memahami bagaimana teknologi digital dapat menjadi alat strategis dalam memperluas wawasan dan peluang kerja di bidang pertanian modern. Dengan demikian, kolaborasi antara pemerintah, lembaga pendidikan, dan organisasi sosial akan menciptakan ekosistem yang mendukung penguatan citra pertanian nasional.

Terakhir, saran diberikan untuk peneliti selanjutnya agar dapat memperluas fokus penelitian terkait pemanfaatan media sosial dalam sektor pertanian.

Penelitian mendatang dapat mengeksplorasi aspek kuantitatif, seperti pengukuran tingkat efektivitas konten terhadap perubahan perilaku audiens atau peningkatan partisipasi sosial. Selain itu, peneliti juga dapat memperluas objek kajian ke platform digital lain seperti TikTok, YouTube, atau Facebook, guna memahami perbedaan pola komunikasi dan tingkat interaksi di berbagai kanal media. Penelitian kualitatif lanjutan dapat pula menelusuri dampak psikologis dari konten edukatif pertanian terhadap motivasi berwirausaha anak muda. Dengan pendekatan multidisipliner yang melibatkan bidang komunikasi, sosiologi, dan teknologi informasi, hasil penelitian di masa depan diharapkan dapat memperkaya pemahaman tentang peran media sosial sebagai instrumen transformasi sosial dalam pembangunan pertanian berkelanjutan. Maka, penelitian ini diharapkan menjadi pijakan bagi pengembangan kajian ilmiah dan praktik nyata komunikasi digital di sektor pertanian modern.